

## خدمة العملاء

بقلم: النني أيجيبي وتشارلز بواتين



شركة أدينيا بارتنرز هي شركة خاصة لإدارة رأس المال تستثمر في بعض الشركات الصغيرة والمتوسطة التي تبدو واعدة بشكل أكبر في أفريقيا. وتستثمر الشركة حالياً، بمكاتبها في أكرا وأبيدجان، من صندوقها الثالث الذي تبلغ قيمته 125 مليون دولار وتسعى إلى الحصول على فرص في مجموعة متنوعة من القطاعات. تعرف على المزيد عبر الموقع [www.adenia.com](http://www.adenia.com) أو اتصل بنا على [info@adenia.com](mailto:info@adenia.com)

## حافظ على إبقاء الابتسامة على وجوه عملائك: 5 خطوات لتحسين خدمة العملاء

بالنسبة إلى الشركات التي لديها عملاء من الشركات، والتي يشار إليها أحياناً باسم الشركات أو الشركات "بين الشركات" (B2B)، فإن إحدى أفضل الطرق لفصل نفسك عن منافسيك هي الحصول على خدمة عملاء ممتازة. وكما يحب البشر أن يُعاملوا باهتمام معاملة طيبة، فإن الشركات العميلة لشركتك ليست مختلفة - فهي - على أية حال - تتألف إلى حد كبير من أشخاص! كيف يمكنك إذا تحويل خدمة العملاء إلى ميزة رابحة في شركتك؟ إليك خمسة نصائح:

### 1. اعرّف عميلك

كلما زادت معرفتك بعملائك، أي بأهداف العمل والتحديات والإعداد التنظيمي والعمليات، كلما كان بمقدورك خدمتهم بشكل أفضل. ليس من الضروري أن يكون اكتشاف ما يمكنك القيام به حيال العميل تمرينات مطولة، وقد تحتاج فقط إلى القيام بذلك مرة كل عام. انتقل إلى الإنترنت؛ وسوف تجد في كثير من الأحيان الكثير من المعلومات المتاحة علناً. تحدث إلى ممثلي الخدمة أو إلى أشخاص وشركات أخرى تتفاعل مع العميل لمعرفة ما يعرفونه عنه. ألق نظرة على منافسيك. قد تكشف الطريقة التي يتفاعلون بها مع العميل عن أشياء لم تعرفها عن ذلك العميل. بعد ذلك، بناءً على ما اكتشفته، فكّر في كيفية تحسين الخدمة التي تقدمها إلى العميل والإجراءات التي يجب عليك اتخاذها لتنفيذ خطتك الجديدة.

### 2. استمع إلى عميلك

قد لا تكون العبارة القديمة "العمل على صواب دائماً" صحيحة بنسبة 100% في كل وقت. ومع ذلك، فإن الاستماع إلى ما يقوله العميل سيخبرك عن أولوياته، وبالتالي يمكنك من تلبية احتياجاته. لذلك، سهّل على عملائك تقديم ملاحظات من جميع الأنواع. خذ الملاحظات الراجعة الإيجابية كعلامة على الأشياء التي ينبغي عليك الاستمرار في القيام بها (أو زيادتها، إن أمكن). ولكن الأهم من ذلك، أن تأخذ التعليقات السلبية كفرصة لإجراء تغيير مرئي من المرجح أن يؤثر على العميل. تتضمن الطرق البسيطة للحصول على الملاحظات استطلاع قصير "للتحقق من النبض" يتم تقديمه مرة كل ربع سنة عبر البريد الإلكتروني أو عبر الإنترنت إلى الشركاء الرئيسيين ضمن العملاء. هناك ثلاثة أسئلة بسيطة ينبغي أن تطرحها:

- ✓ ما الذي ننجزه بشكل جيد؟
- ✓ ما الذي كان يمكننا إنجازه بشكل أفضل؟
- ✓ ماذا ينبغي علينا أن نبدأ في القيام به أو التوقف عنه؟

وفي العديد من الحالات، سيكون العملاء متلهفين إلى تقديم المزيد من المعلومات - إنهم يحتاجون فقط لأن يُسألوا.

### 3. ابق على اطلاع على شكاوى العملاء

من الطرق الممتازة لإثبات الاهتمام بالعميل إظهار الاهتمام بالمشاكل التي تزعجه أو تحبته أو توتره وأنك تعمل على معالجة هذه المشاكل في أسرع وقت ممكن. على وجه التحديد:

- **تأكد من أنك على اطلاع بالشكاوى:** تحدث مع ممثلي العمليات وخدمة العملاء لمعرفة المشاكل التي يواجهها كل عميل. إنشاء قائمة مرتبة حسب الأولويات من أجل معالجتها. تجنب الوقوع في المفاجأة بسبب المشاكل، لأن هذا يحد من قدرتك على إدارة العواقب المترتبة عليها
- **تواصل مع العميل:** غالبًا ما يكون أسوأ شيء في المشكلة هي أن موفر الخدمة يتظاهر بأنها غير موجودة. على سبيل المثال، عندما يكون السفر جواً، فإن كثيرين منا يعرفون الإحباط الناجم عن الانتظار في صالة مغادرة غير مريحة ولا يعرفون لماذا تتأخر الرحلة ومتى ستغادر. بريد إلكتروني بسيط يشير إلى أنك على علم بالمشكلة (وبالإزاع الذي تسببه) وأنك تعمل على حلها ليس فقط لمنع المكالمات الهاتفية الغاضبة، بل أيضاً لمساعدة العميل على اتخاذ ترتيبات بديلة إذا لزم الأمر. بل وأفضل من ذلك إذا كان بوسعك أن تقدم تقديراً للوقت الذي سيتم فيه حل المشكلة. ولكن كن واقعياً، وإلا فإنك تجازف بإحباط العملاء بشكل أكبر.
- **تابع مع العميل:** على الأقل، أرسل رسالة أخرى لتعرف أنه تم حل مشكلة ما. وهذا من شأنه أن يساعدهم على العودة إلى العمليات الطبيعية، أو يمكنهم تحديد ما إذا كانت المشكلة لا تزال قائمة - بمعنى أن هناك مشكلة أخرى. وإذا أمكن، فاذهب خطوة إلى ما هو أبعد من ذلك واكتشف ما إذا كانوا راضين عن القرار - أو أفضل من ذلك، ما كان يمكنك القيام به على نحو أفضل

### 4. افحص كل نقطة اتصال من نقاط الاتصال الخاصة بالعميل

إذا كان من دواعي سرورك أن تقيم في فندق فخم من الدرجة الأولى، فقد تكون على دراية بشعور التفكير في كل شيء والتخطيط له، وصولاً إلى أدق التفاصيل. يمكن تطبيق المبدأ نفسه على خدمة العملاء. عميل يعتقد أنك تبذل كل ما في وسعك لضمان رضاه هو عميل من المرجح أن يبقى. افحص كل الطرق التي تتفاعل بها أنت أو موظفوك مع العميل. وكل منها فرصة للتعبير عن الاهتمام به، وبالتالي فإنك تضمن من جديد التزامه بك. وعلى العكس من ذلك، قد تكون تجربة واحدة سيئة كافية لإفساد سمعتك في نظر العميل. تحديد سبل الاتصال الأساسية - شخصياً وعبر الهاتف والبريد الإلكتروني وغير ذلك. راجع كل واحدة من هذه السبل للتأكد من تنفيذ الأشياء الصحيحة أو اكتشاف ما يجب القيام به لتحسين كل تجربة. هل أنت مهذب وممتع ومحترم ومتيقظ؟ هل تتواصل بسرعة وبوضوح

واختصار عبر البريد الإلكتروني؟ هل أنت متوفر دائماً (كما هو معلن) لإجراء مكالمات هاتفية؟ تأكد من إظهار السلوكيات والمهارات المناسبة لكل واحدة من سبل الاتصال – ومن القيام بها بشكل متسق.

## 5. تأكد من أن لديك الفريق المناسب

من الواضح أن تقديم خدمة عملاء فائقة يتطلب بعض الجهد ويتطلب عددًا من المهارات المختلفة: الاهتمام بالتفاصيل والمتابعة والترحيب والصبر والتعاطف والتفاهم والقدرة على تلقي النقد. إذا لم يكن فريقك مجهزًا بشكل صحيح أو متحفزًا للتعامل مع عملائك، فمن المرجح أن تكون جهودك ناقصة. تأكد من عدم تشتيت انتباه فريقك ومن تحفيزه وتجهيزه بشكل جيد من خلال معرفة:

- ما الذي ننجزه بشكل جيد؟
- التحدث مع عملائك حول ممثلك لخدمة العملاء لمعرفة ما إذا كانوا يتحملون مسؤولياتهم كما هو متوقع أم لا.
- مراجعة تقييمات الأداء هذه لتحديد الفرص المتاحة للتحسين
- الحديث إلى فريق خدمة العملاء لمعرفة ما إذا كانت هذه هي المهمة التي يرغبون في القيام بها، أو ما إذا كانت هناك مهام أخرى داخل الشركة تناسبهم بشكل أفضل أو يهتمون بها أكبر
- التعرف على النواقص في المهارات وتنظيم التدريب لمعالجة الثغرات (أو حتى تشجيع الموظفين على الخروج والحصول على التدريب اللازم، وعرض تسديد كل التكاليف أو بعضها)

وكل توصية من التوصيات المذكورة أعلاه ليست ابتكارية أو معقدة بصفة خاصة. ويمكن التحدي في أغلب الأحيان في تنفيذ هذه الخطوات على نحو ثابت وموثوق. إذا كنت قادرًا على ذلك، فسترى العائد على شكل فريق خدمة العملاء والنظام والاستراتيجية التي توفر ميزة تنافسية كبيرة وعملاء راضين.

**شكرًا على القراءة!**



شركة أدينيا بارتترز هي شركة خاصة لإدارة رأس المال تستثمر في بعض الشركات الصغيرة والمتوسطة التي تبدو واعدة بشكل أكبر في أفريقيا. وتستثمر الشركة حالياً، بمكاتبها في أكرا وأبيدجان، من صندوقها الثالث الذي تبلغ قيمته 125 مليون دولار وتسعى إلى الحصول على فرص في مجموعة متنوعة من القطاعات. تعرف على المزيد عبر الموقع [www.adenia.com](http://www.adenia.com) أو اتصل بنا على [info@adenia.com](mailto:info@adenia.com)

## نبذة عن المؤلفين

### النتي أيجيبي

مديرة الاستثمار في شركة "أدنيا بارتترز" منذ عام 2012، وهي تتمتع بتجربة ثمانية سنوات كخبيرة في الاستثمار في الأسهم الخاصة وهي خبيرة استراتيجية في مجال الأعمال. وقد طورت مهارات التعامل لديها في شركة سفيريك إنترناشيونال، وهي شركة تملك أسهم منخفضة في السوق المتوسطة مقرها سان فرانسيسكو. كما عملت النتي لصالح المؤسسة المالية الدولية التي تتخذ من لاجوس بنيجيريا مقراً لها. بدأت حياتها المهنية كمستشارة إدارية في مجموعة " مونيتور كروب" (بوسطن). حاصلة على درجة البكالوريوس في الهندسة الكيميائية من معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا وعلى ماستر في إدارة الأعمال من كلية هارفارد لإدارة الأعمال.

[n.ejebe@adenia.com](mailto:n.ejebe@adenia.com)

### تشارلز

### بواتين

مدير الاستثمار في شركاء أدنيا منذ عام 2014. أمضى تشارلز أكثر من أربع سنوات في مجموعة بوسطن الاستشارية كمستشار إداري، فطور المهارات في تطوير إستراتيجية الأعمال والعمليات وإدارة الأداء والتنظيم والمواضيع الخاصة بالصناعة ضمن تجربة المشروع في الولايات المتحدة وأوروبا وأفريقيا. وكان يعمل في السابق كمهندس في المواد التطبيقية، حيث قدم الدعم في مجال تنفيذ المشاريع وإدارتها وهندستها داخل صناعة أشباه الموصلات. حاصل على درجة البكالوريوس في الهندسة الكيميائية من معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا وعلى ماستر في إدارة الأعمال من كلية هارفارد لإدارة الأعمال.

